

PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN HANDPHONE SAMSUNG DI SEMARANG

Maya Mustikarini

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200400690@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Loyalitas merupakan kesediaan konsumen untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya. Banyak faktor dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, diantaranya produk, harga, dan promosi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna handphone Samsung di Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 100 konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1). Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 2). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 3). Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Loyalitas Konsumen

THE EFFECT OF PRODUCT, PRICE AND PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY HANDPHONE SAMSUNG IN SEMARANG

Maya Mustikarini

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200400690@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Loyalty is the willingness of customers to continue to subscribe to a company in the long term, by buying and using goods and services repeatedly and better still exclusively, and the willingly recommend the company's products to friends and colleagues. Many factors can affect the loyalty of customers, including product, price and promotion. The purpose of this study is to analyze the effect of the product, price and promotion on customer loyalty.

The population in this study is a Samsung Handphone users in Semarang. Samples taken as many as 100 customers. The Methods of data collection using questionnaires and analysis technique used is multiple regression.

The results show that : 1). Products are positive and significant effect on customer loyalty. 2). Price is positive and significant effect on customer loyalty. 3). Promotion is positive and significant effect on customer loyalty.

Keyword : Product, Price, Promotion, Customer Loyalty